

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh *brand image* dan persepsi syariah terhadap loyalitas nasabah di bank syariah hasil konversi dari bank konvensional (studi kasus di Bank Syariah Mandiri Semarang), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 1,588 + 0,282X_1 + 0,104X_2 + e$ , kemudian dalam uji signifikansi secara parsial diperoleh t hitung untuk variabel *brand image* di peroleh sebesar 4,816 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,1) sehingga dapat dikatakan secara parsial variabel *brand image* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Semarang.
2. Sedangkan untuk variabel persepsi syariah diperoleh nilai t hitung  $1,551 < t \text{ tabel } 1,660$  sedangkan signifikannya 0,124 (lebih besar dari taraf signifikan 0,1) sehingga dapat dikatakan secara parsial variabel persepsi syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Semarang dikarenakan hasil signifikasinya diatas 0,1 dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .

#### 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh *brand image* dan persepsi syariah terhadap loyalitas nasabah di bank syariah hasil konversi dari bank konvensional (Studi

Kasus di Bank Syariah Mandiri Semarang). Dalam penelitian kuantitatif ini memiliki berbagai keterbatasan antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Pengukuran variabel *brand image*, persepsi syariah, dan loyalitas nasabah dilakukan dengan menggunakan pilihan alternatif jawaban menjadikan jawaban responden kurang tercakup secara keseluruhan, terutama mengenai loyalitas nasabah. Sebab berkaitan dengan loyalitas nasabah masih sangat luas dan masing-masing nasabah mempunyai keinginan dan standar yang berbeda untuk mengukur loyalitasnya.
2. Keterbatasan pada skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert 1-5 dimana dengan menggunakan skala ini responden hanya diberi pilihan jawaban yang sudah tersedia dan kemungkinan jawaban yang tersedia dan dipilih oleh responden tidak sesuai dengan keinginan responden.

### **5.3. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. *Brand image* (citra merek) Bank Syariah Mandiri Semarang yang baik harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi sehingga meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan perbankan di Bank Syariah Mandiri Semarang.
2. Untuk penelitian mendatang diharapkan bisa memberikan penelitian yang lebih terperinci dan detail lagi mengenai instrumen persepsi

syariah yang ada dalam perbankan syariah agar memberikan hasil yang lebih baik lagi.

#### **5.4. Penutup**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini meskipun dengan lelah, letih, jenuh, dan semangat yang pasang surut.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dan penulis berdoa semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang budiman pada umumnya dan khususnya bagi penulis sendiri. Amin yaa rabbal a'lamin.

